

INFORME Y PROPUESTAS DE GESTIÓN. 2026-2030

SECCIÓN 13. COMUNICACIÓN POLÍTICA. AE-IC

La sección 13 de Comunicación Política de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC) se encuentra liderada por:

- Directora: Concha Pérez Curiel, catedrática de Periodismo de la Universidad de Sevilla
- Coordinadora: Laura Alonso Muñoz, profesora titular de Periodismo de la Universitat Jaume I de Castellón.

El informe que se presenta recoge la gestión realizada, programa provisional y propuesta de actividades iniciales previstas para el periodo 2026-2030.

Como aspecto preliminar, cabe indicar que la aprobación y ratificación de la sección 13 de Comunicación Política tendrá lugar durante la celebración del X Congreso Internacional de la AE-IC que se celebrará en el Campus de la Facultad de Comunicación de Pontevedra en junio de 2026. Previamente se detallarán las actividades organizadas para el año 2025 en el marco de la Asamblea Anual de socios en la V Jornada Doctoral de la AE-IC, que se celebrará en el Campus de Reus-Tarragona entre el 18 y el 20 de junio de 2025.

El primer objetivo que se plantea desde la dirección de la sección es incentivar la incorporación de socios en esta nueva sección, así como aceptar la solicitud de aquellos socios de la AE-IC, que soliciten un cambio de sección para pertenecer a Comunicación Política. De esta forma, se puede configurar un grupo de investigadoras e investigadores amplio que permita ampliar nexos académicos y potenciar un trabajo relevante. También se pretende fomentar la adscripción y participación en la AE-IC y en la sección de los jóvenes que inician su trayectoria investigadora.

Teniendo en cuenta que la sección comienza su andadura desde cero, informar y atraer a los socios para su incorporación a la AE-IC y a la sección ha supuesto un esfuerzo importante que hemos visto recompensado dado el número de socios alcanzado.

A fecha de abril de 2025, los datos provisionales registran un total de 25 socios y socias que han solicitado formar parte de la sección de Comunicación Política. Algunos están pendientes de aceptación y adscripción. Nuestra intención es alcanzar el número de 30 socios o más antes de la celebración de la Asamblea en la Doctoral de junio. Estamos trabajando en ello para cumplir con los requisitos establecidos.

Las actuales solicitudes proceden de 9 universidades diferentes, dos de ellas internacionales. Las universidades con mayor presencia en la sección son las de Sevilla (7 miembros), Jaume I de Castellón (4 miembros) y Málaga (tres miembros). Entre las universidades internacionales se encuentran investigadores de la Universidad de Tras-os-Montes y Alto Douro (UTAB) y la Universidad Politécnica Salesiana de Cuenca (Ecuador) que han confirmado su interés en ser miembros de la sección. Hay que destacar que entre las personas adscritas se encuentran jóvenes en fase inicial de su carrera académica, en línea con el objetivo de incrementar su participación en la AE-IC.

Estos datos corresponden a la fase inicial de creación de la sección, pendiente de ratificación por la AE-IC. La evolución incremental del número de socias y socios se recogerá en próximos informes correspondientes al periodo 2026-2030.

Un segundo objetivo es organizar un Seminario o Taller en modalidad online dirigido a los socios de la Sección de Comunicación Política y de la AE-IC, así como a jóvenes investigadores de Doctorado. La celebración de esta actividad está prevista, si tenemos la conformidad de la Junta Directiva, para el mes de noviembre de 2025 y responde al siguiente programa:

1. Seminario

Nuevos patrones de investigación en comunicación política digital

Estructura:

Bloque 1.

Cómo publicar con éxito en revistas científicas de impacto. Proceso editorial, selección y evaluación.

Ponentes invitados:

-Rosa Zeta del Pozo. Profesora emérita de la Universidad de Navarra. Editora de la Revista de Comunicación. Universidad de Piura (Perú)

-Manuel Fernández Sande. Catedrático de Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid. Editor de la Revista Estudios sobre el Mensaje Periodístico.

Bloque 2.

Innovación e Investigación en Metodologías Aplicadas a la Comunicación Política. Nuevas tendencias en el marco de la IA

Ponentes invitados:

-Antonio Pineda Cachero. Catedrático de Publicidad de la Universidad de Sevilla. Experto en Propaganda, Análisis de contenido y Análisis crítico del discurso.

-Jordi Morales i Gras. Universidad del País Vasco. Experto en Análisis Computacional.

Fecha: Noviembre de 2025

Hora: por determinar

Como tercer objetivo y con el fin de generar investigaciones y reflexiones críticas sobre la comunicación política, mejorar las contribuciones científicas y potenciar la transferencia de conocimientos a la sociedad, desde la dirección de la sección se propone fomentar la participación en la V Doctoral de la AE-IC sobre Desórdenes Informativos y Retos Sociales que se celebrará en Reus-Tarragona en el próximo mes de junio de 2025 así como en el X Congreso Internacional de la AE-IC que tendrá lugar en Pontevedra en 2026.

En línea con este objetivo también hemos propuesto a la revista RAE-IC la coordinación de un número especial.

Título del monográfico:

Nuevas narrativas para la comunicación política en el entorno digital

Autoría de la propuesta (nombre e institución):

Concha Pérez Curiel. Universidad de Sevilla

Laura Alonso Muñoz. Universidad Jaume I de Castellón

Joao Pedro Baptista. Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro

Sección y/o Grupo de Trabajo que la apoya:

Comunicación Política (sección 13)

Breve contextualización de la temática (200-300 palabras):

La comunicación política ha experimentado una gran transformación durante la última década impulsada, especialmente, por las plataformas digitales. La proliferación y consolidación de redes sociales como X, Facebook, Instagram, Telegram y TikTok ha modificado las dinámicas del discurso político, permitiendo una mayor inmediatez, segmentación de audiencias y personalización de mensajes (Domínguez-García, Pérez-Curiel y Casero-Ripollés, 2024). En este nuevo ecosistema, la interacción entre líderes políticos, medios de comunicación y ciudadanía ha adquirido una estructura más horizontal y participativa, aunque también ha generado fenómenos como la polarización y la desinformación (Casero-Ripollés y Alonso-Muñoz, 2024).

En este contexto, las estrategias comunicativas de los actores políticos han evolucionado, creando nuevas narrativas y empleando formatos y tecnologías emergentes como la inteligencia artificial. El uso de estas herramientas permite la personalización extrema del contenido, optimizando las campañas en función de datos masivos y patrones de comportamiento de los usuarios (Schwartz y Mahnke, 2021). Sin embargo, su uso plantea desafíos éticos y democráticos, ya que pueden reforzar burbujas informativas y manipular la percepción pública a través de deepfakes o campañas de desinformación (López-López, Lagares-Díez y Puentes-Rivera, 2022).

Este monográfico tiene como objetivo generar un espacio de debate académico sobre los desafíos y oportunidades que presentan las nuevas narrativas en el ámbito de la comunicación política, contribuyendo al desarrollo de un conocimiento más profundo sobre las dinámicas del discurso digital y su impacto en la sociedad de la IA.

Líneas de investigación:

Nuevos formatos y narrativas en la comunicación política digital

- Storytelling y construcción de identidades políticas en redes sociales
- El papel de la inteligencia artificial y los algoritmos en la difusión del discurso político
- Desinformación y narrativas alternativas
- Estrategias de comunicación de los actores populistas
- Comunicación Política y Nuevos Medios
- Estrategias de engagement y participación ciudadana en campañas digitales

· Impacto de los influencers y microinfluencers en la comunicación política

. Comunicación Política y Educación Mediática

Compromisos que se asumen:

- Incentivar y difundir la llamada de artículos.
- Elaboración de una presentación para el número temático, con una extensión aproximada de 1.000 – 1.500 palabras.
- Propuesta de un grupo de, al menos, seis personas expertas en el campo para la revisión de artículos.
- Difusión posterior de los artículos publicados

Por último, desde la dirección de la sección, con la ilusión de una etapa que comienza y con la vista puesta en el futuro más próximo, queremos generar una red de contactos e intercambios académicos y científicos entre las socias y socios adscritos a la sección, a partir de la celebración de las jornadas doctorales y congresos que organiza la AE-IC, pero también a través de la organización de otras actividades académicas y científicas que contribuyan a avanzar en la investigación en el ámbito de la Comunicación Política en un escenario marcado por el avance tecnológico y el conflicto social.